



TITLE:

現代流通と商業経済論 (橋本勲教授
記念號)

AUTHOR(S):

岡田, 千尋

CITATION:

岡田, 千尋. 現代流通と商業経済論 (橋本勲教授記念號). 経済論叢 1988,
142(1): 96-114

ISSUE DATE:

1988-07

URL:

<https://doi.org/10.14989/134250>

RIGHT:

經濟論叢

第142卷 第1号

橋本勲教授記念號

献 辞	尾崎芳治	
自社PR活動の満足度に及ぼす		
PR部門と他部門の関係	横田澄司	1
回転期間と資本前貸の大きさ・価値増殖	松石勝彦	25
競争戦略と戦略的行動	中田善啓	55
マーケティングの目的をめぐる若干の問題	山本義徳	79
現代流通と商業経済論	岡田千尋	96
サービスのマーケティング・チャンネル		
についての一考察	高橋秀雄	115
産業財マーケティング論の現状と課題	高嶋克義	133
松下電器産業における国際マーケティング	近藤文男	155

橋本勲教授略歴・著作目録

昭和63年7月

京都大學經濟學會

現代流通と商業経済論

岡 田 千 尋

I は じ め に

商業の発展はその時々を生産様式によって規定されるが、資本主義的生産様式においても自由競争段階と独占段階とはその特徴も著しく異なっている。しかも独占段階では必ずしも商業資本のみが商品流通を担当しているだけではなく、産業資本が自らの販売組織によって商品流通を行う、いわゆる直接販売や、既存の商業組織を自己の販売組織化することによって商品流通を行う、いわゆる流通系列化による販売、など種々の商品流通の構造がみられるが、この3つの商品流通の構造は現代流通における主要なものといつてよい。

こうした状況下において、現代の流通を分析・解明する理論構築をめぐる様々な議論が展開されている。そのうち最も大きな議論は「商業経済論」の否定とそれに代わる新しい理論としての「流通論」または「流通経済論」の提唱であろう。

ところが、このような「流通論」構築の提唱に関しては否定的な見解がある。すなわち「商業学ないし配給論のオルタナティブとして流通論をいうことは、これらを全く同じ次元におくこと、さらには商業学や配給論を流通論にあらざるものとするであろう。しかしそうすることは断じて許されない。……（自由競争段階での——筆者）商品流通が一般的、全面的に商業資本の媒介によっておこなわれている状況のもとで、流通論は商業論以外のものとしてありうるだろうか。あるいは逆に、そのような商業論は流通論ではなかったなどといつてよいのだろうか。同様に配給論が、それが成立した時期における特殊の流通形態に触発され、その認識を志向した学問であったとするならば、それこ

そが当代の流通論であったといわなければならないのではなからうか。わたくしは商業学なり配給論なりを、商品流通の変化、発展に対応する流通論の展開した姿として位置づけなければならないものと考え。……（流通論の——筆者）理論体系は商業論や配給論に対応する特殊名称をもって呼ぶべき筋合いのものだといいたいのである。（わたくし自身は配給論という名で十分であると考えている。）¹⁾、これである。

つまり「商業論」はその時々の商品流通を担当する「商業」という部門を分析・解明する「特殊な経済理論」なのである。したがって自由競争段階では商業資本の論理をもって商業の分析は可能であった。だが「独占段階においては、独自の存在としての商業資本が否定され、商業資本の自立性が制限され、商品資本の直接無媒介の運動が一般化する」²⁾。それにともなう種々の商品流通の態様はいわゆる商業論による分析だけでは不十分であるとはいえ、現代の「商品流通全体を代表させるようなものがあるとすれば、それは明らかにさきに述べたような商品資本の直接無媒介の運動としての商品流通の形態であり、したがって流通の理論を代表しうるのもまたそのような形態にかかわる理論でなければなら」³⁾ないのである。そこで「配給は独占段階における商品ないし資本流通の特殊の形態であり」⁴⁾、「独占段階では、商品資本はそれ自体として多かれ少かれ直接市場と結びついている。そこでいまかりに独占段階における商品資本のこのような直接的な、無媒介の運動過程を配給過程」⁵⁾とし、そこにおける商品流通を分析・解明するのが「配給論」であるとするならば、「商業論」と「配給論」をもって現代流通を分析することができれば、ことさら「流通論」を提唱することは意味がないといえる。

そこで、本稿では従来のいわゆる商業論、配給論を「商業経済論」として捉え、この商業経済論で現代の流通、すなわち上でみた3つの主要な商品流通の

1) 森下二次也、「流通論」の方法、出石邦保編「現代流通経済論」昭和53年、14-15ページ。

2)3) 同上、9ページ。

4) 森下二次也「現代商業経済論」、昭和35年、351ページ。

5) 同上、350ページ。

構造を分析・説明することができるかどうかを検討することにする。

II 自由競争段階の商業

自由競争段階の商品流通は商業資本によって担当されてきた。したがってこの段階では商業資本の論理をもって商品流通の全体を説明することが可能であった。それは「資本主義の自由競争段階で商業はその最高度の発展を示すようになる。それはそこで一般化し、全面化する。つまり自由競争のもとでは、ほぼ商業＝商品流通と考えてよいような事態、商業をもって商品流通全体を代表させるような事態が出現」⁶⁾ しているからである。それでは、この段階での商業はどう捉えられるのであろうか。

商業資本は価値も剰余価値も生産しない流通過程でのみ機能する。そしてその流通過程は産業資本の資本循環 $G-W \langle \overset{A}{P}_m \dots P \dots W' - G' \rangle$ の必然的な通過過程であり、単なる商品から貨幣、貨幣から商品への姿態変換過程ではなく、商品資本から貨幣資本へ、貨幣資本から商品資本への姿態変換過程である。そして、この流通過程は価値実現の過程であり、商業資本は商品の価値実現をその本質的機能として産業資本から自立化する。

この商業資本は社会総資本の一部であり社会的分業の一つとして独立の形態を与えられ、商品の価値実現を遂行するものである。そしてこの価値実現機能こそが商業資本の本質的機能なのである。しかし、商業資本が産業資本から商品を購入したからといって、これだけでは価値実現がなされたわけではない。商業資本が $W-G$ を遂行してはじめて価値実現がなされるのである。なぜなら、商業資本が産業資本から商品を購入しても、それは個別に、産業資本にとってのみ価値実現がなされたのであり、商品資本は持ち手が商業資本に替わっただけで、依然として市場に滞留しているからである。こうした状況は社会総資本にとっては価値実現がなされたわけではない。したがって、商業資本による価値実現は単に産業資本総体の価値実現としてではなく、社会総資本の価値

6) 森下二次也、前掲論文、3ページ。

実現として理解されなければならない。すなわち、商業資本による価値実現は社会総資本の再生産にとって必要不可欠なのである。それゆえ、同一産業部門のみならず多数の産業部門の多数の産業資本の流通過程を集中代位し、社会総資本の流通過程を集中代位することによって、商業資本はその存立根拠を与えられるのである。

多数の産業資本の流通過程を集中的に代位することができる商業資本は、流通時間を短縮し流通費用を節約するが、それは産業資本にとってのみ達成されるのではなく、社会総資本にとっても達成される。しかし、商業資本の存在が社会総資本の流通時間を短縮するのは、単に社会的分業の結果としてではなく、商品の価値実現に必要な技術的諸操作が商業資本の手中に集中していることが必要であろう。つまり「商人がこの事業に専心するがゆえに、生産者にとっては、彼の商品がより速く貨幣に転形されるばかりでなく、商品資本そのものが生産者の手でなされるばかりよりも速やかに姿態変換をなしとげる」⁷⁾。この結果、流通費用も当然に集中され節約されることになる。

このように、商業資本は流通過程を集中的に代位し、流通時間を短縮し流通費用を節約するが、これによって間接的に社会総資本の価値、剰余価値の生産に貢献する。つまり「商人資本が流通時間の短縮に貢献するかぎりには、それは間接に、産業資本家によって生産される剰余価値の増加を助けることができる」⁸⁾のである。というのは「投下資本にたいする剰余価値の比率を高め、かくして利潤率を高める」⁹⁾からである。そして商業資本の存在が「市場の拡張を助け、諸資本間の分業を媒介し、かくして資本のより大きな規模での作業を可能にするかぎり」¹⁰⁾において産業資本の生産性の向上と資本蓄積を促進する。つまり、産業資本の商業資本への商品の販売は、社会総資本にとってはまだ価値実現がなされたわけではないが、産業資本にとっては価値実現がなされたのであり再生産が可能になる。そればかりではない。商業資本に販売を代位させ

7) K. Marx, Das Kapital, III Bd, S. 287, 長谷部文雄訳, 「資本論」河出書房新社, 第3分冊 231ページ。

8)9)10) Ebenda, S. 291, 同上訳, 234ページ。

ることによって産業資本は流通過程のために準備しなければならない貨幣資本を留保する必要がなくなり、その分を生産過程に投下することができる。それは必然的に産業資本の生産と規模の拡大を促進し、終局的には社会総資本の拡大再生産を促進することを可能にする。

このように、商品の価値実現、換言すれば商品資本の貨幣資本への形態転化を集中代位し、流通過程を社会的に効率化し、産業資本のみならず社会総資本の価値、剰余価値の生産に貢献することが商業資本の本質的機能である。それゆえにこのような商業資本は存在を許されたのである。

つまり、産業資本の資本間競争が激化するために、産業資本自らが価値実現を遂行するよりも、商業資本にその機能を代位させ、自らは生産過程に資本投下の重点をおくことによって価値、剰余価値の生産の増大を図るほうが有利なのである。こうして、商業資本の存在は社会総資本の価値や剰余価値の生産の増大を可能にし、一般的利潤率を上昇させることができる。この限りにおいて商業資本はその存立根拠を有しているのである。すなわち、商業資本の存在は「一方では社会の剰余価値から補填されなければならない流通費用を節約することによって直接に、他方では社会総資本のうち剰余価値生産のために充当されるべき生産資本部分を増大させ、剰余価値生産の規模を拡大させることによって間接に、社会総資本の利潤率を上昇」¹¹⁾させるのである。

こうして、商業資本は社会総資本の一部として、一般的利潤率を上昇させることでその存立根拠が与えられている。そして「個別的諸資本は、上昇した一般的利潤率にしたがって、より高い平均利潤というかたちで個別的利益を均等に受けとることができる」¹²⁾のである。

つまり、自由競争段階においては、一般的には、商品流通は商業資本によって社会的・集中的に媒介されるのである。しかもそれはただそうした方が有利であるというようなものではなく「販売価格の設定が自由競争にもとづく等価

11) 風呂勉「マーケティング・チャネル行動論」昭和48年、107ページ。

12) 小松勇吉、現代流通における商業資本、「研究季報」第34巻1・2・3号、149ページ。

交換の原則によって外部的に規制される条件のもとでは、より効率的に販売をおこなう商業資本への依存が、強制的な法則として作用するのである」¹³⁾。つまり「一般的には産業資本にとって商人への販売は一つの強制としてあらわれるのである」¹⁴⁾。しかも、「通常の状態のもとで商業資本に依存しない産業資本は競争においてかえって劣位につくことを意味」¹⁵⁾しているのである。というのは、「個別的諸資本にとっては、商業機構を売買の媒介機構として利用しないかぎり、個別的売買を社会化して社会的な過程としての商品流通に適合させることが困難になるだけでなく、自らの再生産に少なくとも必要な平均利潤の取得が困難になるかもしれないからである」¹⁶⁾。したがって、商業資本は産業資本にとっての「貨殖の増大化という資本の本性」¹⁷⁾からその存在を許されたのである。また、自由競争が支配的であり、平均利潤法則が貫徹していた。そのなかで、商業資本は社会的に必要な範囲内にあり、しかも平均的な大きさであり、多数の産業資本の流通過程を集中代位し、その売買操作を専門的に遂行する。そうすることで流通時間を短縮し、流通費用を節約したのである。このことが商業資本自立化の根拠であり、商業資本の存立根拠なのであった。しかもそれは、社会総資本の一部として一般的利潤率を上昇させるという、いわば、社会総資本の観点から要請された存立根拠であったといえよう。

III 独占段階と商業の変化

さて、独占段階に移行すると、種々の要因によって商業資本には様々な変化があらわれる。それは商業の量的変化と質的变化に集約され、それを特徴づけるのは商業排除の傾向と商業大規模化の傾向である。しかもこの二つの傾向がこの段階での代表的な商業の特徴であり、この二つの特徴を解明する理論を提

13) 阿部真也「現代流通経済論」昭和59年、13ページ。

14) 森下二次也、前掲書、136ページ。

15) 同上、312ページ。

16) 小松勇吉、前掲論文、150ページ。

17) 加藤義忠、独占資本主義と商業の存立根拠、「商学論集」第20巻3・4・5号、135ページ。

供することでこの段階における商業の分析は可能であろう。以下、まず商業排除の傾向、次いで商業の大規模化の傾向についての理論をみていこう。

1 商業排除の傾向

独占段階といえども、独占的産業資本および非独占的産業資本の商品流通が存在する限り、商品流通がなんらかの形で媒介され、商品の価値実現がなされねばならない。さもなければ社会総資本の再生産過程が中断されることになる。したがって、独占段階であっても商業資本自立化の可能性、根拠がなくなるわけではない。したがってそのかぎりにおいては前節で展開された商業資本の存立根拠はそのまま適用できうる。しかし、全く同一性があるというわけではない。なぜなら、自由競争段階で確立していた商業資本の存立根拠は、独占段階ではいくつかの点で制約を受けるからである¹⁸⁾。

それはまず第1に、信用制度の発達により、特に、商業信用の発達による商業資本の貸付資本的役割が喪失することである。第2に、生産規模の拡大、産業資本の共同組織による共同販売、個人的消費の小規模分散性の克服による商品売買が集中する。それにともなう交換当事者数の相対的減少は商業資本存立による流通時間の短縮、流通費用の節約効果が低下することである。第3に、商品の標準化、単純化により、その限りにおいて、商品販売の使用価値的制限が緩和されることである。第4に、独占価格の設定、商品の標準化、単純化、広告の普及、商品の有標化により、価値実現の専門家としての商業資本の自由な活動が制限されることである。そして最後に、資本の集中・集積により、独占的産業資本は自己の組織の内部に商業資本と同等に能率的な販売部門を設定することが可能であることである。しかしこれらの諸要因は「商業資本の存立の根拠をその根底からくつがえすような性質のものではない」¹⁹⁾し、「商業資

18) 以下の5点について詳しくは森下、前掲書、288-293ページ参照。またこれらの諸点についての検討は拙稿、商業の限界、有富重尋編「商業の発展」昭和53年、97-99ページ参照。

19) 森下、同上、293ページ。

本の全面的否定にいたる」²⁰⁾ ものでもない。つまり、商業資本の存立根拠に制限を与えるものではあっても、商業資本を排除する決定的な要因にはなりえないのである。それでは一体商業資本を排除する要因は何か、次にそれが求められなければならない。

独占段階においては、産業資本の集積・集中はいよいよ拍車をかけ、巨大化し、商品生産は飛躍的に増大する。それにともない取引単位は必然的に巨大化する。それゆえ、独占的産業資本の商品生産量を全て販売するには大規模商業資本が必要である²¹⁾。すなわち「産業経営が集積されていればいるだけ、その生産はますます大きく、この生産を取り引きする商人の資本力もますます強くなければならない」²²⁾。したがって、産業資本の資本力に見合う資本力をもち、産業資本の販売を全面的に代位するだけの資本力をもった商業資本であればその存立根拠は存するであろう。しかし、商業資本の本質的機能からみれば、特定の独占的産業資本の価値実現を代位するわけではない。つまり、商業資本が代位するのは個々の産業資本ではなく、独占的産業資本総体の流通過程である。したがって、独占的産業資本総体の利潤量を増大させ、個別に分配される利潤量も増大させる。それゆえ、大規模生産に適応した大規模商業資本であれば、独占的産業資本はその存立を認めるであろう。

しかしながら、前述の如く、商業資本は特定の独占的産業資本だけに寄与するわけではない。しかも独占利潤²³⁾を志向する独占的産業資本間の競争が激化するようになり、独占的産業資本は個別的独占利潤確保のために商品流通を自ら担当するようになるのである。というのは「独占価格の設定によって独占利潤を現実獲得するためには、第一にその価格が市場において維持されている

20) 森下、同上、293ページ。

21) 中小商業を問題にしないわけではないが、ここでは以下、大規模商業との関連でみていくことにする。

22) R. Hilferding, *Das Finanzkapital*, S. 309, 林要訳「金融資本論」大月書店、321ページ。

23) ここで独占利潤といっても、それは「独占価格の設定によって獲得される利潤であって、最大限利潤そのものではないが、最大限利潤の主要内容をなすものである」(森下、前掲書、296ページ)。

ということ……，第二に生産された商品量のすべてがその価格で実際に販売されることが必要である。この二つの必要を満たすために独占資本は商業資本を排除しなければならないのである」²⁴⁾。すなわち，独占利潤獲得のためには「生産の独占のみならず，流通の独占すなわち市場の独占的支配の確立がどうしても必要」²⁵⁾となるのである。それゆえ「独占的産業資本全体にとって人規模商業資本の存立を許すほうが一般的に有利であるにもかかわらず，一時的あるいは部分的に共同利用することはあっても，一般的，基本的には個々の独占的産業資本の独占利潤追求にとり有利とはいえない事情から」²⁶⁾，商業資本の存在を否定する方向に進むようになる。これが商業排除の意味である。つまり「自立した商業資本の存立によって流通時間および純粹流通費用の節減の可能性があるにもかかわらず，個別的独占資本の個別的独占利潤の追求にとって商業資本の自立が利益とならないことから，いわば外的強制的に自立した商業資本の存立が否定・排除される」²⁷⁾ことになる。

ではなぜこうした方向に進むのであろうか。それはただ，独占利潤の追求以外のなにものでもなかろう。すなわち，大規模化し生産力を増大した独占的産業資本は，市場においてその地位を維持するためにはより以上に市場を開拓・支配していかななくてはならない。そしてそこで「独占価格を維持し，独占利潤を実現しなくてはならない」²⁸⁾。そのためには商業資本に販売を代位させたのでは不利なのである。なぜなら，繰り返し述べるが，商業資本は個々の独占的産業資本に寄与するものではないからであり，個別独占的産業資本の独占利潤追求にとっては商業資本の存在が障壁となるのである。つまり「設定した独占価格の維持は實際上商業資本を排除することによってのみ確保することができる」²⁹⁾し，「独占価格のもとでの市場の維持拡張も商人依存によっては確保され

24) 同上，296ページ。

25) 加藤，前掲論文，129ページ。

26) 同上，143-144ページ。

27) 加藤義忠，商業資本の排除の原理，「商学論集」第21巻1号，33ページ。

28) 森下二次也「現代の流通機構」昭和49年，41ページ。

29) 森下，前掲書，296ページ。

難い」³⁰⁾ からである。それに、商業資本の果たす役割は社会総資本にとってのものであり、利潤追求という観点からみれば、独占的産業資本の個別的立場と商業資本の社会的性格との対立矛盾がある。したがって商業資本の存立を否定するようになるのである。というのは、商業資本が多数の産業資本の売買を集中することによってもたらされる「販売の促進、市場の開拓も、直接には社会の資本全体にとってのそれであった。その意味で商業資本の役割ははじめからすぐれて社会的なものである。これはあきらかに競争における資本の個別的立場とは相容れないもの」³¹⁾ だからである。

かつて、商業資本の存立は流通時間を短縮し流通費用を節約した。それゆえ、商業資本が排除されれば流通費用は当然に増加するであろう。しかし「商業資本の排除によって社会的に流通時間および純粹流通費用がたとえふえるとしても……独占価格を介して他者に転嫁しうる」³²⁾ ことが可能なメカニズムが形成されている。そうでなければ商業資本排除の有利性がなくなるであろう。つまり、商業資本の排除によって流通費用が増加しても、なお、商業資本に販売を代位させて得られる利潤よりも入手利潤が増加する条件が整備されているからこそ、独占的産業資本は商業資本を排除する方向に進むのである。すなわち、「独占価格の設定、維持によって生産価格……をこえる独占利潤、それも個別的なそれを確保する」³³⁾ ことができる条件、それは、「商業排除による増加流通費用がすべての個別資本に均等に負担させられる仕組みが、自由競争の独占への転化によって破かいされている」³⁴⁾ ということなのである。こうした諸条件によって、独占的産業資本は商業資本の排除に向かうのである。

以上みてきたように、独占的産業資本は商業資本の排除に向かうが、その本質的根拠は、やはり独占利潤法則の貫徹であろうとおもわれる。したがって、例え大規模商業資本といえども、独占的産業資本の個別的独占利潤の追求のた

30) 同上、298ページ。

31) 同上、300ページ。

32) 加藤、資本の商業排除の原理、29ページ。

33) 同上、30ページ。

34) 森下、現代の流通機構、42ページ。

めには排除される運命をもっているといわざるをえない。なぜなら「商業利潤は生産でつくられた総剰余価値の一部分である。商業資本に帰する部分が大きければ大きいだけ、ほかの事情が同じなら、産業資本家の分けまえは、それだけ小さくなる。だから産業資本と商業資本とのあいだには、利害関係の対立がある」³⁵⁾のである。

こうして、商業資本は次第に排除されていくことになるが、一般的には当該産業資本の市場支配力を基礎にしておこなわれる。この市場支配力の成立の条件として橋本勲教授は、大量生産体制の成立、製品差別化による差別的有利性、有標化・事前包装・広告宣伝などによる事前販売、高い市場占有率の確立、などをあげておられる³⁶⁾。

この産業資本による商業排除が最も基本的かつ重要な形態であることは否定できない。しかも最初の標的となる卸売商業の排除は産業資本にとっては最も重要なことである。というのは、卸売商業とは「直接取引関係があるということ、消費の小規模分散性の制約を直接にうけていないこと、のほかになお、産業資本の要求にもとづいて大規模化したものであるとはいえ、大規模化した商業資本はそれだけ強力となり、独占にたいする脅威もそれだけ増大する」³⁷⁾ためである。

しかしながら商業の排除はこれで終わるだけではない。すなわち、小売商業をも排除した「消費者直販型流通機構」へと進展せざるをえないからである。というのは、独占的産業資本にとって「独占価格の維持、市場の獲得という目的からすればむしろ末端段階こそが重要だからである」³⁸⁾。

森下二次也教授はこうした消費者への直接販売として、1)工場売り、2)見本市、展示会による販売、3)通信販売、4)販売員による訪問販売、5)支店および

35) R. Hilferding, a. a. O., S. 309. 前掲訳, 322ページ。もちろんこれは理論的に独占的産業資本の観点からみたものである。現実にはこの利害関係の対立によって商業資本が非独占的産業資本を従属させることもありえないわけではない。

36) これらについて詳しくは、橋本勲「現代商業学」昭和46年、122ページ参照。

37) 森下、現代商業経済論、302ページ。

38) 同上、303ページ。

事務所での販売、の5つの形態をあげておられる³⁹⁾。また橋本教授は1)工場売り、2)直営販売店、または販売事務所での販売、3)訪問販売、4)通信販売、の4形態をあげておられる⁴⁰⁾。これらのうちでも、消費財商品に関する限り直営販売組織、通信販売、訪問販売による方法が主要な形態であり、かつ効果的な形態であろう。生産財商品についてみれば、生産的消費者への直接販売は一般的にみられる取引形態であり、特に見本市、展示会、工場での販売、販売員による訪問販売による方法が採られているとみることができよう⁴¹⁾。特に訪問販売に関しては生産財、消費財を問わず主要な形態であり、また通信販売も加えたいわゆる無店舗販売に産業資本の進出はめざましく、いわゆるダイレクト・マーケティングは今日注目を集めている。

いずれにせよ種々の形態はあるが、商業資本が排除されてもなんらかの形態、方法で商品流通はおこなわれているのである。しかしながら、一般的には、産業資本の力が大きくなればなるほど流通機構は短縮傾向を示すようになり、特に消費者直販型流通機構では商品資本を商業資本として自立化させることなく、商品資本のままで直接無媒介的な運動が展開されているとみることができるのである。

一方、こうした消費者への直接販売とは別に、既存の商業を利用しながら商品流通が展開されることもある。いわゆる流通系列化である。次項でそれを見てみよう。

2 流通系列化

流通系列化は、一般的には、独占的産業資本による流通過程への個別的介入、であるといえる。しかしながらその具体的な概念は論者によって種々に捉えられており、必ずしも一致した概念はないといえようが⁴²⁾、ここでは、独占的産

39) 同上、303ページ。

40) 橋本勲、前掲書、134—135ページ。

41) 特に生産財商品の場合、こうした直販政策、すなわち、生産者間の直接取引は一般に広くおこなわれている。

42) 詳しくは独占禁止法研究会が公正取引委員会に提出した報告書「流通系列化に関する独占禁

業資本による「流通過程への個別的な介入」という理解で、少し展開してみよう。

前項でみたように、個別的独占利潤を追求する独占的産業資本は商業資本の排除に向かうが、小売商業部門への進出には種々の困難がある。それは小売商業部門が小売市場の基本的な性格（消費の小規模性、個別性、分散性）に規定され、一般的には小規模、分散的だからである。つまり独占的産業資本自らが小売部門に進出しようとするれば、小売市場の端々にまで販売機関を設置せねばならず、そのための巨額の資本投下、市場危険の負担など、不利益な面が多く存在する。それゆえ、小売部門においては直接販売よりも、既存の小売商業を自己の販売組織化しようとする方法が主にとられる。いわゆる流通系列化政策である。これは、既存の流通機構を、独占的産業資本総体の価値実現の道具から自己のための価値実現の道具へと転化させることなのである。つまり「特定の商業資本との間に個別的な支配・従属関係」⁴³⁾をもつことによって既存の流通機構を自己組織として再編成することなのである。

もちろん、流通系列化のためには、大量生産、とくにフル・ライン生産システムによる多品種大量生産体制の確立、製品差別化による差別的有利性、ブランドの浸透、さらに、広告・宣伝、展示会などの販売促進などによるプリ・セリング、などが重要な前提条件になっていることはいうまでもない。

この流通系列化政策は、直接販売とともにチャネル政策の一構成要素であるが、より強化された段階では直接販売となんら遜色のないものとなる。では、独占的産業資本による流通系列化はどのようにして展開されるのであろうか。

流通系列化はまず、開放的チャネル政策から出発する。ここではあらゆる卸売商業、小売商業がチャネルに包含される可能性をもっている。しかしこの開放的チャネルシステムでは全体の統一、共通目標、協調行動などの点において、システムの一体性が弱いという難点がある。しかし独占的産業資本にして

「止法上の取扱い」参照。

43) 森下、現代商業経済論、340ページ。

みれば、チャネル管理のコストの安さ、広範な市場へ短期間に自社製品を浸透させることができるという有利性がある。この有利性を最大限に活かすことがこの方法での重要目標である。だが、この方法ではチャネル支配、コントロールは相対的に弱く、「システムとしての効率性、効果的なシステム活動による」⁴⁴⁾ システム全体の利益は低くならざるをえず、チャネル参加者と独占的産業資本との目標の違い、利害の対立などがおこりやすく、次第に限界をもつようになる。その限界を克服するために、選択的チャネル政策を採るようになる。

選択的チャネル政策になると商業の選別がはじまるが、それは一定の選択基準にもとづいてなされる。その基準は独占的産業資本の市場支配力の程度、流通企業の協力度など、種々の条件によって決められるが、「より一層独占企業のマーケティング目標にむかって協働し積極的に貢献しうる」⁴⁵⁾ 有力な販売力、経営力のあるものが選択されるようになる。しかも、独占的産業資本のチャネル支配のより一層の強化という観点も含まれておりチャネルの効率化はより高められる。さらに、リポート、広告・宣伝、販売員教育、経営指導などのチャネル・プロモーション、再販売価格維持による独占価格の維持、取り扱い商品の限定、販売地域の限定などによってチャネル支配はより強化される。これらを通して小売の末端まで価格を維持しようとするが、これは独占的産業資本にとっての目標であり、必ずしもチャネル全体の共通目標とはなりえない。さらに、取り扱い商品や販売地域の限定などは商業活動を制限するものであり、これが利害の対立となって現れてくる。そこで、さらに系列強化のために閉鎖的チャネル政策を採るようになる。

閉鎖的チャネル政策が採られた場合、チャネル全体の共通目標は独占的産業資本の目標とほぼ一致するように特定の商業によってチャネルが構成される。そして、非協調的な商業はチャネル構成員から除外される。この段階ではシステム全体の一体性が飛躍的に高められることはいうまでもないし、取り扱い商

44) 渡辺公親、チャネル戦略と流通支配、橋本勲・阿部真也編「現代の流通経済」昭和53年、124ページ。

45) 同上、125ページ。

品の限定、販売地域の設定など、独占的産業資本のコントロールはより強化される。これは、商業の観点からみれば、形式的には独立しているものの自立性は完全に失われ、独占的産業資本への従属はより強まる。そして、仮に特定の独占的産業資本の商品のみを取り扱うことになれば、それは極限にまですすめられた系列化となる。これを仮に「完全系列化」と呼ぶことにしよう。

ここでは商業はもはや自由競争段階の商業とは基本的に異なっている。形式的には独立しており価値実現を担当しているが、それは特定の独占的産業資本にだけ奉仕しているものであり、形式的にはどうであれそれは独占的産業資本の内部販売組織となんら異なるところはない。したがって「完全な系列関係にはいった流通企業は、自己の成長と存続を独占企業およびその所属するチャネル・システムの存続、発展に全面的に依存せざるをえない」⁴⁶⁾ という、いわば運命共同体的存在となる。しかし、独占的産業資本が自己の販売組織によってより流通効率を高めることができれば、これらの完全系列化した商業でさえ、チャネルから排除するのは容易なことである。

このように、形式的には独立組織でありながら特定の独占的産業資本への従属という系列化は、独占的産業資本による商品流通組織の自己内部化であり、商業存立の否定である。しかも「系列化された商業資本の商品は一つの特定制された産業資本の商品であり、そのために商業資本によって買われても社会化しえない」⁴⁷⁾。また「系列化された商業資本の商品資本は、実質的にはもとの産業資本の商品形態のいわば直線的な延長であるといつてよい」⁴⁸⁾。

こうして、流通系列化によって「商業による売買の社会化」は制限されることになる。ここでは従来の商業による販売は完全に否定され、独占的産業資本の意思貫徹した販売、すなわち「商業を通しての販売」にかかわっている。これは独占的産業資本による商業資本の企業経営への実質的参加を意味しているのである。

46) 同上、132ページ。

47)48) 森下、現代商業経済論、349ページ。

3 商業大規模化の傾向

商業の発展は生産の発展によって規定されるが、商業資本が産業資本から自立化し、流通過程を集中代位することによって一般的利潤率が上昇すること、そしてそれは具体的には流通時間の短縮と流通費用の節約を通して実現されることはすでにみたとうりである。したがって、このような使命をもつ商業資本は、常に生産の発展レベルに応じた発展が要請されるのである。というのは、生産部門において生産と資本の高度な集積集中を基礎とする独占資本が形成され、生産が拡大すればするほど生産される商品量は増大し、より一層迅速かつ大量な価値実現が要求されることになる。つまり「産業の集積は商業の発達に反作用し、商業は産業の集積に適応してゆかねばならない。産業経営が集積されていればいるだけ、その生産はますます大きく、この生産を取り引きする商人の資本力もますます強くなければならない」⁴⁹⁾ のであって、商業資本の集積集中による「大量販売機関」が要求されるのである。このように、生産部門における独占の形成によって商業における独占形成の前提条件が与えられる。なぜなら、「商業は集積・集中に関しても独占形成に関しても、産業と比較して一般に遅れている」⁵⁰⁾ からである。

商業資本の集積集中はすでに自由競争段階でもあらわれているが、独占段階への移行はそれをさらに促進する。というのは、商業の集積集中を実現し大規模化へと導くのは主として商業資本相互間の競争によってであるが、独占段階への移行によって「直接的には大量生産によって商業資本の大量購買を要請するとともにそれを可能にするのみならず、間接的には大都市を出現させそこに巨大な人口を集中させることによってその大量販売のための条件を準備する」⁵¹⁾ からである。

商業資本の集積集中による大規模化は商業資本間競争による超過利潤獲得競

49) R. Hilferding, a. a. O., S. 309, 前掲訳, 321ページ。

50) G. Fabiunke, P. Hofmann und K. H. Uhlig, Der Binnenhandel in staatsmonopolistischen Kapitalismus der BRD, S. 57, 鈴木武監訳「現代資本主義の商業構造」昭和53年, 64ページ。

51) 森下, 現代商業経済論, 318ページ。

争から具体化するが、それは商業資本の社会的平均回転数以上に回転を促進させること、「種々の資本前貸しにもとづいて種々の利潤量を実現」⁵²⁾ するという「商業経営の不均等発展」⁵³⁾ による恒常的な超過利潤の獲得競争であり、最大利潤すなわち独占利潤の獲得をめざす競争行動なのである。そして「超過利潤の獲得においてできるだけ他の追随を許さないようにしようとする。他に抜きんでて大規模化することがその最も有効な途」⁵⁴⁾ であり、競争上有利な位置を占めるために大規模化を志向するのである。つまり、商業資本の大規模化は社会的要求であるとともに商業資本そのものの独占利潤の獲得という資本の本性をも看過することはできないのである。

このように、商業大規模化の要請は独占段階への移行によって一属強まるが、商業が大規模化すれば、産業資本にとっては多数の小規模な商業に販売するよりも一個の大規模商業に販売するほうがより以上に価値実現の困難性から解放される。また当該商業にとってみれば、大規模化することで企業内部での分業が可能となり、それによって必要な労働時間の節約、価値実現のための流通費用が相対的に減少することになる。このうちでも、必要労働時間の節約は大きな意味をもっている。

というのは、商業労働は価値も剰余価値も創造しない、いわゆる不生産的労働である。しかしながら、この労働は商品の価値実現にとって必要な労働である。しかもこの労働に対して支払われる賃金は純粹流通費用としてあらわれる。それはこの労働が売買操作に従事するところからあきらかである。つまり、この労働によって売買がなされるわけであり、価値と剰余価値が実現されるわけである。すなわち「生産過程において創出された利潤は商業労働者の労働によってのみ実現され、したがって商業労働者の労働によってのみ商業資本家は利潤を取得することができる」⁵⁵⁾ のである。だからもし商業資本家が彼の雇用す

52)53) W. Heinrichs, H. Seidel und L. Bertullis, Der monopolistische Handel, ein Instrument zur Sicherung maximaler Profite, S. 31, 鈴木武訳「独占的商業の理論」昭和47年, 32ページ。

54) 森下, 現代商業経済論, 213ページ。

55) 同上, 175ページ。

る労働者に対して賃金として支払う以上の労働をさせることが可能となれば、すなわち不払労働が可能となれば、商業資本家が取得する利潤は増大する。つまり商業労働者の「不払労働は、剰余価値を創造しないとはいえ、商業資本のために剰余価値の取得を創造する」⁵⁶⁾ のであって、「商業労働者の不払労働は商業資本家にとって利潤の源泉」⁵⁷⁾ をなすのである。すなわち「商業資本の買う商業的労働も、商業資本にとっては直接に生産的である」⁵⁸⁾。「さもないければ、商人的事業は人規模には——資本制的には——営まれえないであろう」⁵⁹⁾。

このように、不払労働が増大すればするだけ商業資本家にとっては取得する利潤が増大するが、不払労働を増加させるためには、労働時間の延長、労働強化という絶対的増加を図る方法がある。だがこれには限界がある。もう1つが労働力の価値低下という相対的増加の方法である。すなわち企業内分業による労働の単純化、熟練化を通して労働力の価値を低下させることである。これができれば「労働時間、労働強度が一定としても、支払労働が減少するから、その分だけ不払労働が増大する」⁶⁰⁾ ことになる。いずれにせよ、こうして商業資本にとっても大規模化には有利な点がある。

また一方、多数の小規模商業の存在は、価値実現されるべき商品量を一定とすれば、売買および売買操作をも分散させることとなり、商業資本自立化の意義を著しく減退させる。というのは、売買の集中、価値実現の集中代位が不充分にならざるをえないからである。つまり「分散的で未発達の商品が大量生産と対立するのであれば、そのことによって流通時間は延長され、商業資本の自立化の利益も不利益に変わる」⁶¹⁾ ことになる。

このように、「大規模商業経営は当該個別商業資本にとっても、またその商業資本に商品を販売する個別産業資本にとっても、さらには社会の資本全体にと

56) K. Marx, a. a. O., S. 305, 前掲訳, 245ページ。

57) 森下, 現代商業経済論, 176ページ。

58) K. Marx, a. a. O., S. 313, 前掲訳, 251ページ。

59) Ebenda, S. 305, 同上訳, 245ページ。

60) 森下, 現代商業経済論, 176ページ。

61) W. Heinrichs, et al., a. a. O., S. 29, 前掲訳, 30ページ。

っても有利である」⁶²⁾。しかも、こうした商業大規模化の要求は社会総資本の要求でもあり「商業資本自立化の必然性の延長として必然的に要求される」⁶³⁾のである。

IV お わ り に

以上みてきたように、われわれは、現在のところでは本稿でみてきた「商業経済論」で十分に現代流通を分析することが可能であることを確認した。なぜなら、仮に現代流通においてここでみてきた以外の商品流通があるとしても、それはまだ主要なものとはなっていないからである。そればかりではない。「商業経済論」の任務は「商業」そのものの分析にある。つまり、商品流通を担当する「商業」のその時々の特徴、形態、機能などを分析・解明することがその基本的使命なのである。したがって、独占段階において「商業」が変化したとしても「なぜそのようになったのかの追求は資本主義商業の変化・発展の法則の認識に不可欠である。そしてそれはまた独占段階における商品流通の特殊の形態やその成立根拠を正しく把握するための有力な材料を提供することにもなる。なぜなら独占段階における商業の変化はそこでの特殊な商品流通の生成の反面をなすものにほかならないからである」⁶⁴⁾。

こうして、われわれは「商業経済論」による分析がなお必要であることも確認すべきである。したがって、われわれにとってはことさら商品流通を分析するための「流通論」構築を主張することは意味がないようにおもわれる。もし仮に、本稿で検討してきた商品流通以外の局面、要因等で「流通論」が必要であるとするならばその対象領域、方法などを明確にすることは必要である。しかしこれは「流通論」構築を提唱する諸見解の検討とともに、今後の課題として残される。

62)63) 森下、現代商業経済論、144ページ。

64) 森下二次也「現代商業経済論」改訂版、昭和52年、16ページ。